[GB] Le régulateur propose la mise en place de contrôles sur les prix de vente en gros du contenu *premium* de Sky

IRIS 2009-1:1/22

Tony Prosser
Faculté de droit de l'Université de Bristol

A la suite de plaintes émanant de quatre opérateurs du secteur de la télévision à péage au Royaume-Uni, l'Ofcom, l'autorité britannique de régulation des communications, étudie actuellement l'accessibilité au contenu *premium* de Sky. Le régulateur propose que Sky soit soumis à une obligation d'offre « de gros » de son contenu *premium* et à un contrôle sur les prix.

Pour avoir accès au secteur de la télévision à péage, une société doit se conformer à un ensemble de critères établis par l'Ofcom : une offre diversifiée pour les consommateurs, des produits innovants et des prix compétitifs. Le contenu *premium* , très attractif, devrait inciter de plus en plus de téléspectateurs à adhérer à la télévision à péage, sa réception en clair étant restreinte. La retransmission en direct d'événements sportifs de premier ordre ou la diffusion en exclusivité de films hollywoodiens font partie de cette programmation attrayante. L'Ofcom a estimé que le marché de gros de la fourniture des chaînes *premium* à péage consacrées aux sports, notamment celles proposant les matchs de *Premier League* en direct, était un marché étroit. La fourniture de chaînes *premium* à péage consacrées au cinéma, avec la diffusion de films provenant des six plus grands studios hollywoodiens en « première fenêtre pay-TV », a également été qualifié de marché étroit. Ces marchés de contenus *premium* se caractérisent par le fait que ces contenus sont agrégés par la vente collective des droits et qu'une discrimination tarifaire est exercée sur les marchés en aval par le biais de regroupement de contenus.

Le régulateur a estimé que Sky exerçait une position dominante sur le marché de gros de la fourniture des chaînes *premium* à péage consacrées aux sports puisque, depuis 1992, Sky a régulièrement obtenu les droits de diffusion des matchs de *Premier League* . Ses parts de marché restent élevées empêchant l'entrée d'autres fournisseurs sur le marché. Sky exerce la même position dominante sur le marché de gros de la fourniture des chaînes *premium* à péage consacrées au cinéma. La position dominante de Sky lui permet d'écarter toute concurrence puisque son contenu *premium* est distribué de telle sorte que cela favorise sa propre plateforme et ses propres activités de ventes au détail, empêchant ainsi tout concurrent d'accéder à ce contenu ou d'y accéder dans des conditions favorables. Sky a également la possibilité d'instaurer des prix élevés

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2025

pour les ventes en gros de contenu *premium* afin d'augmenter ses marges. Au vu de ce qui vient d'être énoncé, il semble évident que Sky restreint la fourniture de contenu *premium* aux autres détaillants. Les conditions actuelles n'ont pas permis à Virgin Media, par exemple, de vendre des chaînes *premium* à ses abonnés sans être déficitaire. Par conséquent, qu'il s'agisse des conditions d'abonnement proposées par les plateformes ou du contenu disponible, le choix des consommateurs est limité.

Plusieurs possibilités s'offraient à l'Ofcom pour remédier à cette situation : soit restreindre la capacité de Sky d'agréger du contenu, soit exiger de Sky qu'il dissocie sa société de vente en gros de sa plateforme en aval et de son activité de détaillant, soit exiger que Sky rende certaines chaînes accessibles au marché de gros sur la base d'une réglementation précise. L'Ofcom a opté pour la dernière solution en soumettant Sky à une obligation d'offre « de gros » sous certaines conditions précises comprenant notamment une tarification fixée au préalable s'appliquant sur un prix au détail minoré avec une analyse du prix de base comme contre-vérification. L'Ofcom fera usage des pouvoirs qui lui sont conférés en vertu de l'article 316 de la loi relative aux communications de 2003 pour fixer des conditions de licence se rapportant à cette question de la concurrence. L'Ofcom ne souhaite pas, dans l'immédiat, soumettre le cas de Sky aux autorités compétentes en matière de concurrence afin de lui permettre d'approfondir son étude sur la question.

Ofcom, "Pay TV Second Consultation", 30 September 2008

http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/second_paytv/summary/

Ofcom, Deuxième consultation relative à la télévision à péage, 30 septembre 2008

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2025

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe) 2025